

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO  
TERHADAP PENGGUNAAN *E-BANKING*  
NASABAH BANK BRI DI SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**WISDA DEWI SARTIKA BASO**  
**NIM :2012210245**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**  
**SURABAYA**  
**2016**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Wisda Dewi Sartika Baso  
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 05 Maret 1994  
N.I.M : 2012210245  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan  
Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan  
*E-Banking* Nasabah Bank BRI Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : ...20-10-2016.....



**(Dra.Ec. Aniek Maschudah I., M.Si.)**

Ketua Program Sarjana Manajemen,  
Tanggal : ...20-10-2016.....



**(Dr. Muazaroh S.E., M.T.)**

# PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP PENGGUNAAN E-BANKING NASABAH BANK BRI DI SURABAYA

WISDA DEWI SARTIKA BASO  
STIE Perbanas Surabaya  
Email: [wisdadewisartika@gmail.com](mailto:wisdadewisartika@gmail.com)  
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

## ABSTRACT

*This research is about the influence of trust, convenience, and risk perception using e-banking of Bank BRI in Surabaya. Customer confidence in the organizers of electronic banking transactions when customers believe the decision will use electronic banking. Ease is a confidence about making-decision process if it is satisfied with the information systems and considered easy-operated that will use electronic banking. Risk perception of uncertainty and unintended consequences that occur in electronic banking. This type of research is based on the goal of this research includes the study by testing causal (hypothesis testing) for explaining the ridge between the variables through hypothesis testing. Methods of data collection by using questionnaires that distributed to 100 e-banking user respondents Bank BRI in Surabaya by using SPSS 16.0 for Windows using multiple linear regression analysis and classical assumption test consisting of four trials that normality test, multikolenieritas, heteroskedestisitas and autocorrelation test. The Independent variables used in this research is trust, convenience and perception of risk while the dependent variable is the use of e-banking. Research simultaneous test results showed that the variables of trust convenience and perception of risk (independent) simultaneously significant effect on the use of e-banking variable (dependent). Research partial test results showed that confidence positive significant effect on the variable use of e-banking of Bank BRI in Surabaya, while variable ease not significant effect negatively to the use of e-banking of Bank BRI in Surabaya and the variable perception of the risk of significant positive effect on the use of e-banking Bank BRI in Surabaya.*

**Keywords:** *Confidence, Ease, Risk Perception, use of E-Banking*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi yang saat ini sudah semakin maju dan canggih dikenal dengan istilah *electronic banking* atau disingkat *e-banking*. *E-banking* saat ini dimiliki oleh hampir semua bank umum yang ada, baik dengan jenis *delivery channel* yang sangat umum yaitu ATM *Automated Teller Machine* maupun dengan jenis lain

*delivery channel* seperti mobile banking, internet banking dan SMS banking (Nelson Tampubolon, 2015:1). ATM atau yang dikenal dengan nama anjungan tunai mandiri merupakan mesin/terminal komputer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank. Selain ATM ada pula SMS banking, *mobile banking* dan *internet banking*. Jumlah Pengguna *e-banking* posisi

31 Desember 2014 kartu debit/ATM sejumlah 82.006.699, pengguna internet banking sebesar 8.507.458 dan pengguna mobile banking sebesar 14.738.817 (Nelson Tampubolon, 2015: 22). Hal ini juga sejalan dengan kecenderungan perkembangan media sosial maupun kebijakan yang ada untuk mengarahkan transaksi pada masyarakat dilakukan tidak harus dengan uang tunai. Transaksi yang dilakukan nasabah *e-banking* setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang besar pada beberapa bank. Berdasarkan data 13 bank besar di Indonesia, frekuensi transaksi melalui *e-banking* pada tahun 2012 sebanyak 3,79 milyar transaksi dan dengan nilai nominal Rp. 4.441 triliun, bertambah menjadi sebanyak 4,73 milyar transaksi dengan nilai nominal Rp. 5.495 triliun pada tahun 2013,

pada tahun 2014 meningkat masing-masing menjadi 5,69 milyar transaksi dengan nilai nominal Rp. 6.447 triliun (Nelson Tampubolon, 2015: 1-2). *E-banking* memberikan banyak manfaat bagi nasabah dan bank. Manfaat bagi nasabah pengguna *e-banking* memberikan kemudahan bertransaksi hal waktu, biaya dan tempat. Nasabah tidak perlu datang ke bank untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi perbankan. Nasabah dapat bertransaksi bahkan selama 24 jam. Manfaat bagi bank, *e-banking* meningkatkan pendapatan berbasis komisi dan mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang memang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, listrik, pengamanan dan lainnya.

**Tabel 1**  
**TOTAL ASET BANK MANDIRI DAN BANK BRI**

	TAHUN 2013 (Dalam jutaan)	TAHUN 2014 (Dalam jutaan)
MANDIRI	648,250,177	757,039,212
BRI	606,370,242	778,046,085

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

**Tabel 2**  
**TABEL VOLUME TRANSAKSI E-BANKING BANK BRI**

	Volume Transaksi Tahun 2013 (Dalam triliun)	Volume Transaksi Tahun 2014 (Dalam triliun)
ATM	Rp. 757,8	Rp. 952,6
Mobile banking	Rp. 21	Rp. 48,5
Internet banking	Rp. 26,8	Rp. 85,5

Sumber : [www.bri.co.id](http://www.bri.co.id)

**TABEL 3**  
**TABEL VOLUME TRANSAKSI PENGGUNAAN *E-BANKING* BANK MANDIRI**

	Volume Transaksi Tahun 2013 (Dalam triliun)	Volume Transaksi Tahun 2014 (Dalam triliun)
ATM	Rp. 5	Rp. 7,6
<i>Mobile Banking</i>	Rp. 42	Rp. 112
<i>Internet banking</i>	Rp. 130	Rp. 144

Sumber : [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)

Dapat dilihat dari tabel 1 total aset yang dimiliki bank Mandiri pada tahun 2013 sejumlah 648,250,177 dan pada tahun 2014 total aset Bank Mandiri adalah sejumlah 757,039,212. Untuk Bank BRI pada tahun 2013 sejumlah 606,370,242 pada tahun berikutnya sejumlah 778,046,085.

Pada tabel 2 dan 3 Volume transaksi penggunaan *e-banking* Bank BRI dan Bank Mandiri. Untuk Mobile banking Bank BRI pada tahun 2013 sebesar Rp. 21 lebih kecil dibandingkan dengan Bank Mandiri sebesar Rp. 42. Untuk tahun berikutnya tahun 2014 Mobile banking Bank BRI sebesar Rp. 48,5 lebih kecil dari pada volume transaksi *e-banking* untuk mobile banking Bank Mandiri yaitu sebesar Rp. 112. Untuk volume transaksi *e-banking* Bank BRI internet banking pada tahun 2013 Rp. 26,8 lebih kecil dibandingkan dengan volume transaksi *e-banking* Bank Mandiri untuk tahun 2013 sebesar Rp. 130. Dan untuk internet banking pada tahun 2014 Bank BRI hanya sebesar Rp. 85,5 sedangkan Bank Mandiri sebesar Rp. 144.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti ingin mengetahui dan menguji apakah kepercayaan mempengaruhi penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya, apakah kemudahan mempengaruhi penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya, dan apakah persepsi resiko juga mempengaruhi penggunaan *e-banking*

Bank BRI di Surabaya Untuk pemilihan lokasi penelitian ialah di Surabaya, Surabaya merupakan kota besar dimana terdapat banyak nasabah pengguna *e-banking* Bank BRI.

#### **KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman penelitian oleh peneliti meliputi :Maruf et.al (2016)Penelitian ini mengambil topik tentang *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria*. Tujuan dari penelitian ini untuk menyelidiki faktor-faktor yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi *e-banking* di Nigeria. Penelitian terdahulu dari Maruf et.al (2016) lokasi penelitiannya bertempat di Nigeria. Jumlah responden 30, teknik sampling menggunakan *purposive sampling* Penelitian ini telah kritis melihat isu-isu kegunaan, kemudahan penggunaan, kesadaran, keamanan dan memfasilitasi kondisi yang memiliki efek langsung dan tidak langsung pada adopsi *e-banking* melalui pengaruh e-kepuasan, e-kepercayaan dan motivasi hedonis. Kerangka penelitian dan hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan kerangka konseptual ialah dikembangkan dengan tujuan menjelaskan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi *e-*



*banking* terutama dinegara berkembang. Untuk peneliti berikutnya adalah WadieNasri (2011) Penelitian ini mengambil topik tentang *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan *internet banking* di Tunisia. Penelitian terdahulu dari Wadienasri lokasi penelitiannya di Tunisia. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Periode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah agustus 2011. responden sebesar 95 nasabah online servis dan 158 nasabah non pengguna. Sebuah model teoritis yang disediakan, dikonsep dan menghubungkan berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi dari internet banking. Pada penelitian ini terdiri dari beberapa variabel yang menjadi landasan teori. Penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko, alasan dari penggunaan variabel tersebut ingin mengetahui penuh secara langsung antara pengaruh kepercayaan terhadap pengguna *e-banking*, pengaruh kemudahan terhadap *e-banking* dan pengaruh persepsi resiko terhadap pengguna *e-banking*. Dengan subtersebut diuraikan teori-teori yang nantinya akan mendukung dan dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis dalam penelitian ini. Pengguna *e-banking*, Menurut MaryantoSupriyono (2010: 65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras maupun perangkat lunak, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *e-banking* mengalami peningkatan pesat kemudahan yang ditawarkan *e-bankin*, efisiensi waktu dan nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk bertransaksi cukup menggunakan *e-banking* dimana saja kapan saja. *E-banking*

memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah dan bank. Manfaat bagi nasabah ialah *e-banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk beberapa produk *e-banking* nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan laptop atau perangkat mobile seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja selama berhubungan dengan jaringan internet. Adapun manfaat bagi bank, *e-banking* meningkatkan pendapatan berbasis komisi *fee based income* dan mengurangi biaya oprasional apabila dibandingkan dengan layanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik dan lainnya (Nelson Tampubolon, 2015: 5-6) . Berikut ini adalah beberapa produk yang termasuk dalam penggunaan *e-banking* :

1. *Automated Teller Machine (ATM)*

ATM merupakan suatu terminal/mesin computer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari teller ataupun petugas bank. Sesuai dengan perkembangan teknologi ada tiga tipe ATM yaitu mesin ATM yang hanya melayani transaksi non tunai, mesin ATM yang melayani transaksi penyetoran uang tunai *cash deposit mashine* atau CDM dan mesin ATM yang dapat melayani semua transaksi transaksi non tunai dan penyetoran tunai *cash deposit mashine* atau CDM (Nelson Tampubolon, 2015: 6-7). Melalui ATM, nasabah dapat mengakses rekeningnya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, yaitu transaksi penarikan uang tunai dan non tunai, seperti pengecekan saldo, pembayaran berbagai macam tagihan, pembelian pulsa dan lainnya.

## 2. *Internet banking*

*Internet banking* adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui website milik bank. Fitur layanan *internet banking* antara lain adalah informasi umum rekening tabungan, giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, pembelian tiket, penempatan deposito, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs dan berbagai macam pembayaran misalnya pembayaran listrik, pembayaran telpon, internet, tv kabel, asuransi dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

## 3. *SMS banking*

*SMS banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS *Short Message Service*. Fitur *SMS banking* diantara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, berbagai macam tagihan yaitu listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, pembelian tiket dan pulsa dan berbagai macam transaksi lainnya. Untuk mendapatkan menggunakan *SMS banking* nasabah harus mendaftarkan diri dan mendaftarkan nomor ponsel terlebih dahulu ke bank serta mendapatkan password.

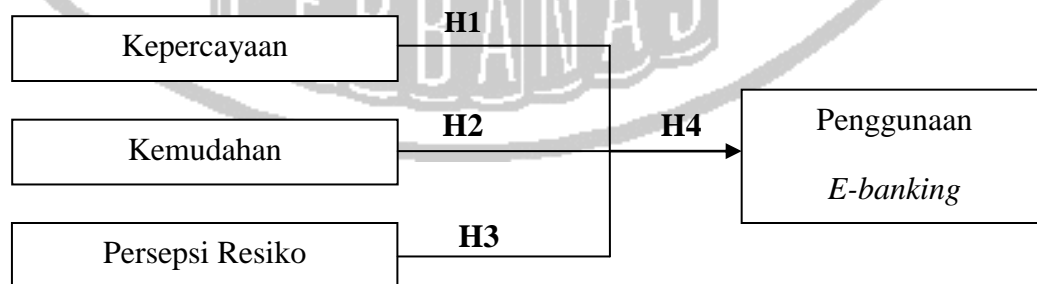
## 4. *Mobile banking*

*Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* juga dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada *SIM Subscriber Identity Module* card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Fitur layanan *mobile banking* antara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran

berbagai macam tagihan yaitu tagihan listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, berbagai macam pembelian pulsa dan tiket dan berbagai macam transaksi lainnya. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel meliputi : (Maruf et.al, 2016). Kepercayaan adalah dasar dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Hatane, 2012:35). Kepercayaan yang dimaksud disini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi *elektronik* perbankan, kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Hal yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan disini adalah apabila akan menggunakan *e-banking*. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara operasional perbankan agar kepercayaan nasabah semakin tinggi. Selain itu dikarenakan pula bahwa kepercayaan berpengaruh besar pada niat dari nasabah penggunaan untuk menggunakan layanan *elektronik banking*. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007 : 115). Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan sistem informasi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007: 129). Persepsi resiko adalah suatu persepsi-persepsi nasabah tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang terjadi dalam melakukan suatu kegiatan Jogiyanto dalam HadyanFarizi et.al (2014:6). Dalam hal ini penggunaan

layanan *e-banking* pada nasabah tidak lepas pada persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi hal buruk yang terjadi, contohnya gangguan pada jaringan ketidakstabilan jaringan internet maraknya pembobolan ATM, terlebih lagi resiko yang memang cukup besar dalam penggunaan layanan *e-banking* ialah ancaman *hacker* dan penyalahgunaan rekening nasabah dan resiko-resiko transaksi lainnya pada penggunaan *e-banking*, jika tidak dilindungi dengan sistem proteksi yang memadai dan dengan perlindungan berlapis maka hal ini akan menjadi ancaman serius bagi pihak perbankan, hal ini mengakibatkan nasabah enggan melakukan transaksi menggunakan *e-banking*. Adopsi adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam Kontekse *e-banking* akan mempengaruhi keputusan nasabah apakah akan terus menggunakan *e-banking* atau memutuskan untuk tidak menggunakannya. Faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi *e-banking* dapat dilihat melalui 3 pendekatan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam TRA dipengaruhi dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap *attitude towards behavior* dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subyektif *subjectives norms*.

*Attitude towards behavior* di definisikan sebagai perasaan positif dan negatif individu tentang melakukan perilaku yang lebih mengarah kepada perilakunya. Sedangkan *subjectives norms* didefinisikan sikap terhadap objek yang merupakan perasaan seseorang terhadap benda atau objek (Ari, 2013 : 4). Metode yang kedua yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Ari, 2013:3) sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Dalam TAM manfaat dan kemudahan penggunaan dipercaya akan mempengaruhi sikap yang pada akhirnya berdampak pada minat perilaku untuk menggunakannya. Niatan untuk menggunakan *e-banking* akan muncul ketika seorang nasabah memiliki sikap positif berupa penerimaan terhadap *e-banking* dalam menyelesaikan transaksi keuangan. Untuk mempermudah dalam pemahaman penelitian ini, peneliti memberikan suatu kerangka pemikiran terhadap variabel independen kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko dengan variabel dependen Penggunaan *e-banking* yang akan diteliti yang ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut :



**Gambar 1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**



## Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya
- H2 : Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya
- H3 : Persepsi resiko berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya
- H4 : Kepercayaan, kemudahan, dan Persepsi resiko bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *E-banking* bank BRI di Surabaya

yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, kemudahan penggunaan, persepsi resiko sebagai variabel bebas, dan layanan *e-banking* sebagai variabel terikat. digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

## Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah penggunaan layanan *e-banking* bank BRI di Surabaya. Wilayah yang akan diteliti pun hanya wilayah Surabaya. Mengenai variabel

## Identifikasi Variabel

Variabel yang akan dianalisis terdiri dari dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berikut penjelasannya :

### Variabel bebas

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Yaitu :

X1 = Kepercayaan

X2 = Kemudahan

X3 = Persepsi resiko

### Variabel terikat

Variabel yang besar kecilnya ditentukan oleh variabel bebas

Y = Penggunaan *E-Banking*

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti meninjau penelitian yang digunakan melalui beberapa aspek, yaitu : jenis penelitian berdasarkan tujuannya, jenis penelitian menurut metode analisisnya dan jenis penelitian menurut sumber datanya. Jenis penelitian berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian dengan pengujian kausal (uji hipotesis) karena menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis (Sofyan Siregar, 2012: 128). Penelitian menurut sumber datanya, penelitian ini termasuk kedalam penelitian survei dilihat dari cara pengambilan sample dari populasi dan penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

### Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk membantu mengatasi adanya perbedaan pemahaman dalam variabel penelitian tersebut. Maka definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah. Penggunaan *E-banking* Pendapat nasabah tentang *Electronic banking* yang berkembang saat ini memang banyak membantu dalam memperoleh informasi dan mempermudah dalam bertransaksi *online*, memberikan kemudahan dalam hal waktu, tempat dan juga biaya. Pendapat nasabah tentang kepercayaan, tingkat keamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking*. Persepsi resiko adalah suatu persepsi nasabah Bank BRI tentang ketidakpastian dan konsekuensi kejadian yang tidak diinginkan yang terjadi dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI.

## Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (MudrajatKuncoro, 2009 : 118). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BRI di Surabaya yang menggunakan *e-banking*. Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi (MudrajatKuncoro, 2009 : 118). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah nasabah penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya yang memenuhi kriteria Teknik pengambilan sampel *Non-probability* yaitu metode pengambilan sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan struktur penelitian, dimana pengambilan sampel dengan mengambil sampel orang-orang terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik dan karakteristik tertentu. Responden adalah nasabah pengguna *e-banking* bank BRI di Surabaya. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut :

1. Responden melakukan transaksi *e-banking* Bank BRI dalam 3 bulan terakhir 3 kali transaksi.
2. Responden yaitu minimal berusia 19 tahun (TatikSuryani, 2013 : 184).

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode survei. Metode survei adalah cara pengambilan sampel dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Kuisisioner disebarkan pada nasabah bank BRI di Surabaya khususnya nasabah pengguna *e-banking*. Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah

disiapkan dan juga disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat dalam penyelesaiannya.

## Teknik Analisis Statistik Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Imam Ghazali, 2012: 52). Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah isi kuisisioner sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur dan cukup dipahami oleh semua responden, yang diindikasikan oleh kecilnya persentase jawaban responden yang tidak terlalu menyimpang dari responden lainnya. Variabel terukur dikatakan valid jika muatan faktor ( $r \geq 0,3$  (untuk  $n = 30$ , pada  $\alpha = 5\%$ ). Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan komputer dengan program *SPSS 16.0 for Windows Release*.

## Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (ImamGhozali, 2012:47). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja, pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$  (ImamGhozali, 2012:48).

**Tabel 4**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	Nilai Signifikansi	Valid/ Tidak Valid
Kepercayaan	X1.1	0,798	0,000	Valid
	X1.2	0,903	0,000	Valid
	X1.3	0,845	0,000	Valid
Kemudahan	X2.1	0,872	0,000	Valid
	X2.2	0,899	0,000	Valid
	X2.3	0,945	0,000	Valid
	X2.4	0,863	0,000	Valid
	X2.5	0,927	0,000	Valid
Persepsi Risiko	X3.1	0,735	0,000	Valid
	X3.2	0,803	0,000	Valid
	X3.3	0,826	0,000	Valid
Pengguna <i>E-banking</i>	Y 1	0,724	0,000	Valid
	Y 2	0,780	0,000	Valid
	Y 3	0,768	0,000	Valid
	Y 4	0,780	0,000	Valid

Sumber : SPSS 16.0

**Tabel 5**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabel / Tidak Reliabel
Kepercayaan	0,808	Reliabel
Kemudahan	0,942	Reliabel
Persepsi Resiko	0,711	Reliabel
Penggunaan <i>E-Banking</i>	0,755	Reliabel

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4 di atas merupakan hasil dari uji validitas. Pengujian sampel dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah penelitian yang sudah dilakukan dengan pengumpulan data sebanyak 100 responden dengan probabilitas signifikansi menunjukkan angka dibawah 0,05 yang bisa dikatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 16.0 *for Windows*. Hasil uji validitas sampeldiperoleh antara butir X1.1 hingga X1.3 dengan total butir pernyataan

variabel kepercayaan, antara butir X2.1 hingga X2.5 dengan total butir pernyataan kemudahan, antara butir X3.1 hingga X3.3 dengan total butir persepsi resiko, dan antara butir Y1 hingga Y4 dengan total butir penggunae-banking yang memiliki nilai probabilitas signifikan dibawah 0,05 yang menunjukkan bahwa dalam semua butir pernyataan dengan total butir pernyataan tersebut dikatakan valid.Berdasarkan tabel 5 hasil uji reliabilitas sampeldiketahui, bahwa variabelkepercayaan dinyatakan reliabel

karena angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,808 dengan jumlah indikator pernyataan tiga butir. Selain kepercayaan masih terdapat variabel kemudahan yang memiliki reliabilitas sebesar 0,942 dengan jumlah indikator pernyataan sebanyak lima butir, variabel persepsi resiko sebesar 0,711 dengan jumlah pernyataan sebanyak tiga indikator dan variabel penggunaan *e-banking* sebesar 0,755 dengan jumlah pernyataan sebanyak empat butir. Semua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7.

### Teknik Analisis Data

Analisis Berganda digunakan untuk dapat menguji pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi berganda ini juga dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen

mengalami kenaikan atau penurunan, dan juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negative. Penelitian ini digunakan untuk menguji variabel independen kepercayaan, kemudahan dan persepsi. Analisis Regresi Berganda dapat dirumuskan sebagai :

$$y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

$b_0$  = koefisien konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi

$x_1$  = Kepercayaan

$x_2$  = Kemudahan

$x_3$  = Persepsi Resiko

$y$  = Penggunaan *E-banking*

$e$  = error

### Analisis Data dan Pembahasan

Hasil analisis statistik yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6:

**Tabel 6**  
**KOEFISIEN REGRESI LINEAR BERGANDA**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.406	2.204		5.176	.000		
X1.TOT	.337	.113	.288	2.973	.004	.977	1.024
X2.TOT	-.063	.064	-.094	-.972	.333	.979	1.022
X3.TOT	.309	.143	.210	2.161	.033	.967	1.034

Sumber :SPSS 16.0

**Tabel 7**  
**HASIL ANALISIS UJI STATISTIK F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	58.963	3	19.654	4.363	.006
	Residual	432.477	96	4.505		
	Total	491.440	99			

Sumber : SPSS 16.0

**Tabel 8**  
**KOEFISIEN DETERMINASI SIMULTAN**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.346	.120	.092	2.122	2.231

Sumber : SPSS 16.0

**Tabel 9**  
**HASIL PERHITUNGAN UJI T**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.406	2.204		5.176	.000		
X1.TOT	.337	.113	.288	2.973	.004	.977	1.024
X2.TOT	-.063	.064	-.094	-.972	.333	.979	1.022
X3.TOT	.309	.143	.210	2.161	.033	.967	1.034

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, pada tabel 6 :

1.  $\alpha$  sebesar 11,406 Artinya apabila variabel variabel bebas dalam penelitian ini nilainya sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel terikat (penggunaan *e-banking*) akan meningkat 11,406 satuan dengan asumsi seluruh variabel bebas (kepercayaan, kemudahan, dan persepsi resiko) adalah nol,

2.  $b_1 = 0,337$  Artinya apabila variabel kepercayaan (variabel bebas) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel penggunaan *e-banking* (variabel terikat) sebesar 0,337 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya apabila variabel kepercayaan (variabel bebas) mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel penggunaan (variabel terikat) sebesar 0,337, dengan sumsi variabel bebas lainnya konstan,.

3.  $b_2 = -0,063$  Artinya apabila variabel kemudahan (variabel bebas) mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan

mengakibatkan peningkatan pada variabel penggunaan *e-banking* (variabel terikat) sebesar 0,063 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya apabila variabel kemudahan (variabel bebas) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel penggunaan *e-banking* (variabel terikat) sebesar 0,063, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan dan untuk

4.  $b_3 = 0,309$  Artinya apabila variabel persepsi risiko (variabel bebas) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel penggunaan *e-banking* (variabel bebas) sebesar 0,309 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya apabila variabel persepsi risiko mengalami penurunan sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pada variabel penggunaan sebesar 0,309 dengan asumsi variabel bebaslainnya konstan.

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa tingkat signifikansi pada uji F adalah

0,006. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima yang mengindikasikan secara keseluruhan variabel kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan variabel penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya.

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi  $R^2$  yang terjadi pada tabel di atas adalah 0,120. Hal ini menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel terikat sebesar 12 persen yang disebabkan oleh variabel bebas secara bersamaan dan sisanya sebesar 88 persen disebabkan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan penelitian ini.

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui uji t dari probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima.

1. Kepercayaan Terhadap Penggunaan *e-banking*. Angka signifikansi dari variabel kepercayaan sebesar 0,004 lebih besar dari ketentuan angka signifikansi 0,05 ( $0,004 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel pengguna *e-banking*.

2. Kemudahan Terhadap Penggunaan *e-banking*. Angka signifikansi dari variabel kemudahan sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa angka tersebut lebih besar dari ketentuan angka signifikansi 0,05 ( $0,333 > 0,05$ ). Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak. Dengan demikian variabel kemudahan berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap variabel penggunaan *e-banking*.

3. Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *e-banking*. Angka signifikansi variabel persepsi risiko sebesar 0,033 lebih besar dari ketentuan 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ) maka  $H_0$

ditolak dan  $H_A$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap variabel penggunaan *e-banking*.

## PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Penelitian ini sekaligus untuk membuktikan model yang telah diuji oleh Maruf et.al (2016) topik tentang *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria*, penelitian dilakukan di Nigeria. Selain penelitian dari Maruf et.al (2016) akan dibahas pula penelitian yang dilakukan oleh WadieNasri (2011) topik tentang *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia*. Untuk penelitian WadieNasri (2011) dilakukan di Tunisia.

### Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan *E-Banking* Bank BRI Di Surabaya.

Berdasarkan uji t variabel kepercayaan yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Hal tersebut dapat disimpulkan pada hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,004 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan hasil beta sebesar 0,337. Hasil ini mendukung penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh Maruf et.al (2016) topik tentang *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria*. Dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah yang dirasakan berpengaruh positif



signifikan terhadap adopsi *e-banking* di Nigeria. Manfaat *e-banking* membantu memudahkan dalam bertransaksi, selain itu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika nasabah merasa percaya bahwa sistem informasi maka dia akan menggunakannya. Dalam penelitian Maruf et.al (2016) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam penggunaan *e-banking*.

### **Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Banking Bank BRI Di Surabaya**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI. Hal tersebut dapat dijelaskan dari nilai signifikan pada uji t yaitu sebesar 0,333 lebih besar dari nilai taraf signifikan yaitu sebesar 0,05 dan hasil beta sebesar 0,63. Dapat dijelaskan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak. Dengan demikian variabel kemudahan berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap variabel penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi kemudahan bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI maka tidak selalu mempengaruhi penurunan keputusan penggunaan *e-banking* Bank BRI di kota Surabaya. Hasil dalam penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maruf et al (2016) topik tentang *The influence of E-Satisfaction, E-trust and hedonic motivation on the adoption of E-banking and its determinants in Nigeria*. Menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-banking* di Nigeria. Nasabah yakin dengan sistem informasi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.

Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007: 129). Hasil yang tidak signifikan menunjukkan bahwa kemudahan bukan merupakan pertimbangan nasabah sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan hasil jawaban responden terhadap item pernyataan kemudahan yang rata-rata dalam kuesioner sangat setuju, dapat diartikan bahwa menggunakan *e-banking* Bank BRI itu mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Selain itu hasil penelitian berpengaruh tidak signifikan negatif hal ini disebabkan juga oleh lokasi penelitian yang berbeda, penelitian terdahulu dilakukan di Nigeria dengan jumlah responden hanya 30 sedangkan penelitian sekarang 100 responden untuk lokasi penelitian dilakukan di Surabaya. Penelitian ini memiliki kriteria responden, yaitu responden yang melakukan transaksi *e-banking* Bank BRI dalam 3 bulan terakhir 3 kali transaksi dan berusia 19 tahun keatas. Untuk karakteristik dibedakan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, usia, pendidikan, frekuensi penggunaan *e-banking*, dan yang terakhir adalah berdasarkan *e-banking* yang digunakan.

### **Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan E-Banking Bank Bri Di Surabaya.**

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai signifikan yaitu sebesar 0,033 lebih besar dari ketentuan 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima. Dengan demikian dapat dijelaskan variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap variabel penggunaan *e-banking* Bank BRI dengan hasil beta sebesar 0,309, hasil dari penelitian ini adalah signifikan positif untuk variabel persepsi risiko. Hasil

ini mendukung penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh WadieNasri (2011) topik tentang *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia*. Menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki berpengaruh signifikan positif. Penggunaan *e-banking* pada nasabah tidak lepas pada persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi hal buruk yang terjadi, dalam arti nasabah mempertimbangkan faktor risiko dalam keputusan untuk menggunakan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan adalah positif, yang artinya semakin tinggi risiko maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menggunakan *e-banking*. Dalam penelitian ini hal tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah lebih mempertimbangkan kepercayaan terhadap Bank BRI dibandingkan dengan risiko yang akan dihadapi, mengingat BRI adalah Bank pemerintah yang memiliki kredibilitas yang sangat baik.

## **KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Artinya semakin tinggi kepercayaan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-banking* Bank BRI di kota Surabaya.
2. Kemudahan berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Artinya semakin tinggi kemudahan bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI maka tidak selalu mempengaruhi keputusan

penggunaan *e-banking* Bank BRI di kota Surabaya.

3. Persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Artinya semakin tinggi persepsi risiko nasabah dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-banking* Bank BRI di kota Surabaya.
4. Kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-banking* Bank BRI di Surabaya. Artinya semakin tinggi kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank BRI maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-banking* Bank BRI di kota Surabaya.

### **Keterbatasan**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terdapat kendala pada penyebaran kuisioner, karena banyak nasabah responden yang menolak dalam pengisian kuesioner dengan alasan terlalu sibuk sehingga tidak bisa meluangkan waktu sedikit untuk mengisi kuesioner tersebut.

### **Saran**

Saran bagi Bank BRI di Surabaya

1. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan, pada pernyataan yang menyatakan teknologi *e-banking* Bank BRI dapat dipercaya mendapatkan nilai terendah diantara indikator yang lainnya. Sehingga Bank BRI disarankan untuk selalu mengontrol dan melakukan pengecekan secara rutin terhadap teknologi *e-banking* untuk meminimalisir terjadinya kerusakan maupun gangguan yang ada dan menambah SDM dibidang informatika untuk meningkatkan kualitas.
2. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap variabel kemudahan, pada pernyataan mudah

terampil dalam menggunakan *e-banking* Bank BRI mendapatkan nilai terendah diantara indikator yang lainnya. Sehingga Bank BRI disarankan untuk lebih meningkatkan transaksi menggunakan *e-banking*, dengan cara membuat teknologi ataupun aplikasi yang mudah dioperasikan dan memberikan informasi yang jelas tentang tata cara penggunaannya.

Saran bagi penelitian selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan jumlah variabel bebas lain seperti variabel kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, memfasilitasi kondisi, kesadaran, kepuasan, motivasi hedonis. Variabel bebas yang memang tidak dibahas pada penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Al-Shomali, A. S Gholami, And Clegg, B. 2008 "Internet Banking Acceptance In The Context Of Developing Countries : An Extension Of The Technology Acceptance Model". *Operation And Information Management Group, Aston Business School, Birmingham*. Pp 1-16.
- Ari Mubiyantoro., Syaifullah. 2013. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Di Bank BRI Kota Malang)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. P p 1-19.
- Datta, Soroj K., 2010, "Acceptance of e-banking among adult customers: An empirical investigation in India". *Journal of internet banking and commerce*. (Agustus) Pp 1-6.
- Fortuna, S. C., 2013. "Pengaruh Faktor Individu, Organisasi, dan Sistem terhadap Penerimaan". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- HadyanFarizi., Syaefullah. 2014. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. P p 1-18.
- HataneSemuel., 2012. "Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional". *Jurnal Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Kristem Petra Surabaya*. Pp 33-41.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 Edisi 6*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Model Kesuksesan Sitem Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Andi.
- K, C Ayo., 2010. "The State of e-Banking Implementation in Nigeria A Post Consolidation Review". *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*. Pp 37-45.
- Maya Angela., 2014. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Ahmad Yani Makassar". *Jurnal Ilmiah Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Maruf Gbadebo, Rushami Zien, Sany Sanuri., 2016. "The influence of E-Satisfaction, E-Trust and Hedonic Motivation on the ". *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Pp 54-63.
- Mayanto Supriyono. 2010. *Buku Pintar Perbankan* Jogjakarta : CV. ANDI OFFSET.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Multivariate Data Analysis. Sixth*

- Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mudrajat Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Erlangga.
- Nelson Tampubolon. 2015. *BIJAK BER-e BANKING*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Saraswati Pradhita., 2013. "Penerimaan Sistem E-Commerce Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Pp1-19.
- Sharma Naveen., 2011. "Customers Perspectives Regarding e-Banking An Empirical Investigation". *IUP Journal of Management Research*. Pp 32-34.
- Sofyan Siregar. 2013. *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuntitatif (Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Tatik Suryani, 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wadie Nasri., 2011. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia". *International Journal of Business and Management*. Pp 143-160.
- [www.bri.co.id](http://www.bri.co.id)
- [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)
- [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

